

**PENGARUH *ISLAMIC BANKING SERVICE QUALITY* (IBSQ),  
*CUSTOMER INTIMACY* DAN CITRA MEREK ISLAM TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH TABUNGAN BANK BRI SYARIAH  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan  
Kalijaga Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**WAFIRROTULLAELA  
NIM: 15820040**

**DOSEN PEMBIMBING:  
ROSYID NUR ANGGARA PUTRA, S.Pd., M.Si.  
NIP: 19880524 201503 1 010**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2019**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-273/ Un.02/ DEB/ PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul: “Pengaruh *Islamic Banking Service Quality (IBSQ)*, *Customer Intimacy*, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Wafirrotullaela  
Nomor Induk Mahasiswa : 15820040  
Telah diujikan pada : Senin, 28 Januari 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si.  
NIP. 19880524 201503 1 010

Penguji I

Dian Nurivah Solissa, SHI, M.Si  
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I  
NIP.19810726 201503 1 002

Yogyakarta, 1 Februari 2019

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syaifurrahman Hanafi, M.Ag.  
NIP.19670518 199703 1 003

### **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudari Wafirrotullaela

Lamp : 1

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Di Yogyakarta**

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Setelah menimbang, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Wafirrotullaela

NIM : 15820040

Judul Skripsi : "Pengaruh *Islamic Banking Service Quality* (IBSQ), *Customer Intimacy*, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)"

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/program studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wasaalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Yogyakarta, 17 Januari 2019

Pembimbing I



Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si.  
NIP. 19880524 201503 1 010

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wafirrotullaela

NIM : 15820040

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Islamic Banking Service Quality (IBSQ)*, *Customer Intimacy*, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 26 Rabi'ul Tsani 1440

17 Januari 2019

Penyusun



Wafirrotullaela

NIM. 15820040



**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,  
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wafirrotullaela  
NIM : 15820040  
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

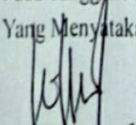
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta **Hak Bebas Royalti Non  
Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang  
berjudul:

**“Pengaruh *Islamic Banking Service Quality* (IBSQ), *Customer Intimacy*, dan  
Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI  
Syariah  
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan  
Kalijaga Yogyakarta)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non  
Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak  
menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data  
(*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap  
mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak  
Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal: 17 Januari 2019  
Yang Menyatakan,

  
(Wafirrotullaela)

## MOTTO

*“I will not regret the things i have chosen to do.*

*Whatever decisions i made, i will responsible of  
them”*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam tercurahkan kepada

Nabi Muhammad SAW

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Orang tua saya Bapak Soleh dan Ibu Siti Mukaromah, terima kasih telah memberikan doa, cinta, dukungan, dan pengorbanan. Hanya balasan doa yang dapat putrimu panjatkan dan beribu-ribu kata maaf atas segala sikap, tingkah laku serta tutur kata yang salah.

Nur Said dan Nur khafifah terima kasih telah menjadi kakak, saudara, bahkan sahabat yang setia untuk menerima setiap keluh kesah.

Keluarga Pondok Pesantren Ki Ageng Giring terimakasih atas dukungan, doa, dan kesempatan untuk berproses sehingga banyak ilmu dan pengalaman yang tak kan terlupakan. Pondok Pesantren Ki Ageng Griring yang telah menjadi keluarga kedua selama menempuh studi Program Studi Perbankan Syariah.

Keluarga besar Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2015 Berserta

Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf atau kata-kata arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan pedoman Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge



ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

#### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

دَعْتَمَدَّ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
دَعَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

#### C. *Ta'Marbuttah*

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

تَمَكِدْ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
تَلَاء	Ditulis	<i>'illah</i>
تَمَرَكَا لِأَوَائِلَاء	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---◌◌---	Fathah	Ditulis	A
---◌◌---	Kasrah	Ditulis	I
---◌◌---	Dammah	Ditulis	U
لَعَفْ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
زَكَرْ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَهَبْ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>A</i>
اَجْهَلِيَّا	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>A</i>
يَسْنَتْ	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>I</i>
مَبْرَكْ	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	<i>U</i>
رَفُضُوْ	Ditulis	<i>Furud</i>

#### F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
مَكْنِيْبِ	Ditulis	<i>Bainakum</i>

2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
وقل	Ditulis	<i>Qaul</i>

**G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Aposotrof**

أَانتَ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَدْعَتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَمْ تَرْكُشْنِ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata Sandang Alif + Lam**

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

ارْقُلْنَا	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْيَقْلَسْ	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

الْمَسْلُوءُ	Ditulis	<i>As-sama'</i>
أَسْمَثْلُ	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

**I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat**

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbal'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Atas nikmat, hidayah serta karunia-Nya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat. Setelah melalui proses yang cukup panjang, Alhamdulillah skripsi atau tugas akhir ini dapat diselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Rosyid Nur Anggara Putra. S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.

5. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ibu, Ibu, Ibu dan Ayah serta keluarga besar yang telah memberikan segala doa, motivasi, dukungan, dan serta kasih sayang yang terbaik.
8. Abah Kyai Zaini Adnan dan Ibu Umi Farida selaku pengasuh PP Ki Ageng Giring Yogyakarta.
9. Kakak sekaligus sahabat tercinta Mas Said dan Mbak Fifa.
10. Keluarga *Tembok Surga*: Dina, Nurrohmah, Noviki, Triana, Winda, Dewi, Trirahma, Ratna yang selalu menjadi sumber semangat kuliahnya lala.
11. Keluarga santri putri PP Ki Ageng Giring, terimakasih sudah mengajarkan banyak hal dan mengingatkan ketika lala salah.
12. Keluarga besar Perbankan Syariah angkatan 2015 yang telah menjadi sahabat terbaik sejak awal perjalanan menempuh perkuliahan.
13. Keluarga KKN angkatan 96 kelompok 234, terimakasih telah bersedia menjadi keluarga baru yang mengajarkan banyak hal.
14. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua dengan karunia-Nya

serta semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya, Aamiin  
Yaa Rabbal ‘Alaamiin.

Yogyakarta, 17 Januari 2019  
Peneliti,

Wafirrotullaela

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. LandasanTeori .....	10
1. Loyalitas Nasabah .....	10
2. <i>Islamic Banking Service Quality</i> .....	13
3. Citra Merek Islam .....	17
4. <i>Customer Intimacy</i> .....	21
B. Telaah Pustaka .....	24
C. Pengembangan Hipotesis .....	28
D. Kerangka Pemikiran.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Penelitian .....	32
B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	32
C. Populasi dan Sampel .....	34
D. Definisi Operasional Variabel.....	36
1. Variabel Dependen.....	36
2. Variabel Independen .....	36
a. <i>Islamic Banking Service Quality</i> .....	37
b. Citra Merek Islam .....	37
c. <i>Customer Intimacy</i> .....	37
E. Instrumen Penelitian .....	38
F. Uji Instrumen Penelitian .....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	39



G. Teknik Analisis Data .....	40
1. Uji Asumsi Klasik .....	40
a. Uji Normalitas .....	40
b. Uji Multikolinearitas .....	40
c. Uji Heterokedastisitas .....	41
2. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	41
3. Uji Statistik .....	42
a. Uji Parsial (Uji t) .....	42
b. Uji Simultan (Uji F) .....	43
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Deskripsi Responden .....	45
1. Jenis Kelamin Responden .....	45
2. Usia Responden .....	46
3. Jenis Tabungan Responden .....	46
B. Uji Instrumen Penelitian .....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Realibilitas .....	50
C. Statistik Deskriptif Jawaban Responden .....	50
D. Uji Asumsi Klasik .....	57
1. Uji Normalitas .....	57
2. Uji Multikolinearitas .....	58
3. Uji Heterokedastisitas .....	59
E. Regresi Linier Berganda .....	59
F. Uji Hipotesis .....	60
1. Uji Statistik t .....	60
2. Uji Statistik F .....	62
G. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
H. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Keterbatasan dan Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Presentase Pertumbuhan Jumlah Nasabah BRI Syariah .....	3
Tabel 2.1: Telaah Pustaka .....	25
Tabel 3.1: Skor Skala Likert.....	33
Tabel 3.2: Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 3.3: Tingkat Keandalan Koefesien Korelasi .....	40
Tabel 4.1: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2: Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3: Responden berdasarkan Jenis Tabungan .....	46
Tabel 4.4: Hasil Uji Validitas <i>Islamic Banking Service Quality</i> .....	47
Tabel 4.5: Hasil Uji Validitas <i>Customer Intimacy</i> .....	48
Tabel 4.6: Hasil Uji Validitas Citra Merek Islam.....	49
Tabel 4.7: Hasil Uji Validitas Loyalitas .....	49
Tabel 4.8: Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.9: Presentase Jawaban Indikator-indikator Variabel IBSQ .....	51
Tabel 4.10: Statistik Jawaban Item Variabel IBSQ .....	51
Tabel 4.11: Presentase Jawaban Indikator <i>Customer Intimacy</i> .....	52
Tabel 4.12: Staistik Jawaban Item Variabel <i>Customer Intimacy</i> .....	53
Tabel 4.13: Presentase Jawaban Indikator Variabel Citra Merek Islam..	53
Tabel 4.14: Staistik Jawaban Item variabel Citra Merek Islam .....	54
Tabel 4.15: Presentase Jawaban Indikator Variabel Loyalitas .....	55
Tabel 4.16: Staistik Jawaban item variabel Loyalitas .....	56
Tabel 4.17: Hasil Uji Normalitas .....	57
Tabel 4.18: Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
Tabel 4.19: Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
Tabel.4.20: Hasil Regresi Linier Berganda .....	59
Tabel 4.21: Hasil Uji F .....	62
Tabel 4.22: Hasil Uji Koefesien Determinasi .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2: Jawaban Responden.....	x
Lampiran 3: Uji Validitas .....	xx
Lampiran 4: Uji Reliabilitas.....	xxix
Lampiran 5: Statistik Deskriptif Responden .....	xxx
Lampiran 6: Statistik Jawaban Responden .....	xxxii
Lampiran 7: Dokumentasi.....	xxxiii
Lampiran 8: <i>Curriculum Vitae</i> .....	xxxiv

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *islamic banking service quality* (IBSQ), *customer intimacy* dan citra merek islam terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah. populasi penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai alat uji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *islamic banking service quality* (IBSQ) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah. Sedangkan *customer intimacy* dan citra merek islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara simultan *islamic banking service quality* (IBSQ), *customer intimacy* dan citra merek islam berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah. Kemampuan prediksi dari ketiga variabel bebas terhadap loyalitas nasabah 68,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

Kata Kunci: *Islamic Banking Service Quality* (IBSQ), *Customer Intimacy*, Citra merek islam, Loyalitas Nasabah.

## ABSTRACT

*This research was conducted to determine the effect of Islamic banking service quality (IBSQ), customer intimacy and Islamic brand image on customer loyalty of BRISyariah Bank. The research population was students of the Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic University Sunan Kalijaga . The sample selection technique uses purposive sampling. This research is a quantitative research that uses multiple linear regression analysis as a test tool. The results showed that partially Islamic banking service quality (IBSQ) had no significant effect on customer loyalty at BRISyariah Bank. While customer intimacy and islamic brand image have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously islamic banking service quality (IBSQ), customer intimacy and islamic brand image influence the customer loyalty of BRISyariah Bank. Predictive ability of the three independent variables on customer loyalty 68.2%. While the rest is influenced by other factors outside the research model.*

*Keywords: Islamic Banking Service Quality (IBSQ), Customer Intimacy, Islamic Brand Image, Customer Loyalty*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Menurut Oliver (1999) loyalitas merek adalah komitmen yang dipegang teguh oleh konsumen untuk membeli ulang suatu produk/jasa yang disukai secara konsisten. Konsumen loyal akan melakukan pembelian merek yang sama secara berulang meskipun mendapatkan pengaruh dari upaya pemasaran pesaing. Konsumen loyal tidak akan terpengaruh dengan upaya pemasaran pesaing untuk mengalihkan konsumen ke merek pesaing. Loyalitas dalam industri perbankan adalah kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk tertentu dari suatu bank secara terus menerus.

Hawkins dan Coney (2005: 51) telah mengemukakan alasan pentingnya menumbuhkan dan menjaga loyalitas konsumen. Enam alasan pentingnya menjaga loyalitas konsumen yang pertama adalah konsumen yang sudah ada memberikan prospek keuntungan yang cenderung lebih besar. Kedua, Biaya yang dikeluarkan untuk menjaga dan mempertahankan konsumen yang sudah ada lebih kecil. Ketiga, Kepercayaan konsumen pada suatu perusahaan dalam satu urusan bisnis akan membawa dampak bagi keberlangsungan hidup perusahaan.

Alasan keempat untuk mempertahankan konsumen loyal adalah loyalitas konsumen bisa menciptakan efisiensi. Kelima, hubungan yang sudah terjalin lama antara perusahaan dengan konsumen lama akan berdampak pada pengurangan biaya psikologis dan sosialisasi. Alasan yang

keenam adalah Konsumen lama mau membela perusahaan serta mau memberi referensi kepada teman-teman dan lingkungan untuk mencoba berhubungan dengan perusahaan.

Griffin (2005: 44) memperkuat alasan pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan dengan pernyataan bahwa kemampuan untuk mempertahankan pelanggan secara langsung akan berpengaruh terhadap tingkat kemampuan laba. Kondisi inilah yang menjadi prasarat bagi suatu perusahaan agar dapat mempertahankan eksistensinya dalam suatu industri hingga mampu membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Eksistensi suatu perusahaan dapat ditandai dengan beberapa penghargaan yang telah didapatkan perusahaan tersebut. Sebagai pemegang penghargaan *Digital Brand* tabungan dari *Infobank Digital Brand Awards* pada tahun 2017 (*Annual Report BRISyariah*, 2017) BRI Syariah harus mampu memimpin persaingan di industri perbankan syariah khususnya pada produk tabungan.

Persaingan industri perbankan syariah di Indonesia semakin ketat. Hal ini ditandai dengan semakin banyak bank syariah didirikan dengan kantor cabang yang berada di seluruh wilayah Indonesia. Berbagai merek bank syariah di Indonesia memudahkan mahasiswa untuk memilih bank syariah yang dipercaya untuk mengelola urusan keuangannya.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Sunan Kalijaga telah mempelajari operasional dan manajemen perbankan syariah. Meskipun sudah mengetahui operasional perbankan syariah, Mahasiswa



FEBI menggunakan rekening bank syariah bukan karena kebutuhan. Mahasiswa mulai membuka rekening tabungan bank syariah karena ada syarat yang diberikan pada mata kuliah tertentu. Mahasiswa bidang ekonomi syariah lebih cermat dalam memilih merek bank syariah sesuai dengan penelitian Abdillah (2015) menemukan fakta bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi paham tentang sistem perbankan syariah. Maka dapat dipastikan bahwa mahasiswa FEBI mampu melakukan evaluasi terhadap kinerja perbankan syariah.

Untuk memperoleh kepercayaan masyarakat atau mahasiswa setiap bank berlomba-lomba menyajikan layanan yang terbaik sehingga nasabahnya terus bertambah dan mau bertahan. Bank harus memahami kebutuhan nasabahnya sehingga harapan nasabah dapat terpenuhi. Jika harapan nasabah tidak terpenuhi oleh pelayanan yang dilakukan oleh bank maka nasabah akan berpindah ke bank lain yang menurutnya memiliki pelayanan lebih baik. Fenomena ini telah terjadi pada Bank BRI Syariah. Selama lima tahun terakhir persentase pertumbuhan jumlah nasabah tabungan Bank BRI Syariah terlihat fluktuatif seperti pada data berikut ini:

**Tabel 1.1 Presentase Pertumbuhan Jumlah Nasabah BRI Syariah**

No	Tahun	Jumlah Unit Kerja	Jumlah Nasabah Tabungan	Persentase
1	2013	257	977.690	-
2	2014	269	1.369.015	28.58%
3	2015	271	1.295.807	-5.65%
4	2016	271	1.990.556	12.27%
5	2017	272	2.382.735	16.67%

Sumber: *Annual Report* BRISyariah 2017

Berdasarkan data di atas, persentase pertumbuhan jumlah nasabah dari tahun 2014 hingga tahun 2016 secara fluktuatif mengalami penurunan. Terlebih pada tahun 2015 jumlah nasabah turun hingga 5.65%.

Menurut Ismerelda dan Ruzikna (2015) tingkat pertumbuhan jumlah nasabah baru sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Apabila kualitas pelayanannya rendah akan menyebabkan nasabah tidak puas sehingga nasabah tidak lagi menggunakan Bank BRI Syariah sebagai tempat memperoleh pelayanan perbankan. Kualitas pelayanan menjadi penting karena akan berdampak langsung pada laba yang akan diperoleh Bank BRI Syariah. Ketatnya persaingan bisnis antar perbankan, memaksa Bank BRI Syariah untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para nasabah maupun calon nasabahnya. Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan supaya Bank BRI Syariah dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya serta menjaga loyalitas nasabah yang sudah ada.

Zeithaml, Bitner dan Glemmler (2006: 69) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen, Seperti loyalitas terhadap perusahaan, kemauan untuk membayar lebih serta keengganan untuk berpindah ke produk lain. Alshurideh et al., (2017) dalam penelitiannya yang dilakukan di Jordania menyimpulkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh semua dimensi kualitas layanan Islami.

Selain kualitas layanan faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah berdasarkan dengan Penelitian Herizon dan Maylina (2003) adalah

citra merek. Herizon dan Maylina (2003) menjelaskan bahwa loyalitas konsumen terbentuk oleh citra yang melekat pada produk/merek perusahaan tersebut. Penelitian Hisanuddin (2015) membuktikan bahwa variabel citra perusahaan Islam, citra produk dan citra karyawan Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah di Bandung. Selain kualitas pelayanan dan citra merek, loyalitas nasabah bisa diciptakan oleh faktor *customer intimacy*.

Anggriawan, et al., (2015) dalam penelitiannya yang dilakukan di BRI Syariah Cabang Jember menyimpulkan bahwa yang menjadi alasan para nasabah semakin pesat bertambah adalah karena keberhasilan bank dalam menarik perhatian nasabahnya dengan cara *Customer Intimacy* atau pendekatan dengan nasabah. Diketahui bahwa *customer intimacy* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Cabang Jember.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan antara lain: Fakhrudin (2016) menyimpulkan bahwa *performance quality* dan reputasi merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Alshurideh et al., (2017) menyimpulkan bahwa semua indikator dalam variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hisanuddin (2015) menyimpulkan bahwa citra merek Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Anggriawan, et al., (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa *Customer Intimacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Beberapa penelitian di atas menemukan masalah loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah. Hasil beberapa penelitian yang telah dilakukan juga tidak konsisten. Beberapa hasil penelitian bertentangan dengan teori yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli sebagaimana yang telah disajikan oleh peneliti.

Mengingat pentingnya loyalitas nasabah bagi eksistensi dan berlangsungnya industri perbankan. Khususnya bagi Bank BRI Syariah peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh *Islamic Banking Service Quality* (IBSQ), citra merek Islam dan *Customer Intimacy* Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah” (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang telah disajikan, maka peneliti dapat merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh *Islamic banking service quality* (IBSQ) terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BRI Syariah?
2. Bagaimanakah pengaruh citra merek Islam terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BRI Syariah?
3. Bagaimanakah pengaruh *customer intimacy* terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BRI Syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Islamic Banking Service Quality* (IBSQ), citra merek Islam, *customer intimacy* terhadap loyalitas nasabah pada produk tabungan Bank BRI Syariah. Secara terperinci tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- A. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Banking Service Quality* (IBSQ) terhadap loyalitas nasabah produk tabungan bank BRI Syariah.
- B. Untuk mengetahui pengaruh citra merek Islam terhadap loyalitas nasabah produk tabungan bank BRI Syariah.
- C. Untuk mengetahui pengaruh *customer intimacy* nasabah terhadap loyalitas nasabah produk tabungan Bank BRI Syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini mempunyai manfaat untuk mengetahui penerapan strategi keunggulan bersaing pada suatu bank syariah dan memahami faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas suatu nasabah bank syariah

#### **2. Bagi Instansi Perbankan**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan bentuk evaluasi bank agar mendapatkan nasabah dengan loyalitas tinggi, serta dapat menciptakan suatu strategi pemasaran bank agar produknya menjadi pemuas kebutuhan nasabah.

### 3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga

Peneliti berharap dapat dijadikan pembelajaran bagi segenap civitas akademika untuk lebih dikembangkan lebih lanjut untuk proses pembelajaran yang lebih maju.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan gambaran singkat isi kandungan dalam skripsi ini. Dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab.

BAB I menjelaskan tentang latar belakang penelitian yaitu menurunnya tingkat prosentase pertumbuhan nasabah Bank BRI Syariah yang disebabkan oleh rendahnya loyalitas. Terdapat pula rumusan masalah, tujuan, manfaat dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II berisi tentang landasan teori. Teori yang digunakan dalam penelitian ini tentang pemasaran jasa dan perilaku konsumen khususnya *loyalitas konsumen*. Semua teori ini digunakan untuk mendukung kerangka pemikiran. Dalam bab ini juga diuraikan beberapa penelitian terdahulu dan teori-teori yang berkaitan dengan loyalitas konsumen (nasabah) dari buku maupun jurnal. Selanjutnya berisi kerangka pemikiran yang menjelaskan gambaran umum tentang penelitian.

BAB III berisi tentang metode penelitian yang membahas mengenai jenis penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan pengukurannya serta teknik analisis data untuk menjawab permasalahan dengan metode yang sesuai.

BAB IV berisi tentang hasil penelitian berupa gambaran umum objek penelitian, deskripsi data dan responden, uji validitas dan realibilitas. Selanjutnya dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variable independen terhadap variable dependen.

BAB V adalah bab penutup. Pada bab ini peneliti mengambil suatu kesimpulan dari pembahasan-pembahasan yang telah diuraikan, keterbatasan penelitian serta saran, daftar pustaka dan lampiran.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada analisis dan pembahasan bab-bab sebelumnya, peneliti membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Islamic banking service quality* (IBSQ) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. IBSQ tidak berpengaruh karena nasabah kesulitan menjangkau Bank BRI Syariah yang cabangnya belum bisa menjangkau seluruh nasabah. Selain itu responden juga tidak merasakan keuntungan dari nisbah bagi hasil dan layanan istimewa ketika melakukan penarikan uang karena 68% responden menggunakan produk tabungan dengan akad *wadi'ah*.
2. *Customer intimacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemampuan bank dalam menawarkan produk tabungan melalui komunikasi yang baik meningkatkan loyalitas nasabah untuk terus menggunakan produk Bank BRI Syariah.
3. Citra merek Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah kepada bank atas dana yang disimpan meningkatkan kesetiaan nasabah kepada Bank BRI Syariah.

## B. Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis penulis ingin memberikan saran:

1. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel promosi sebagai variabel dependen. Karena berdasarkan hasil analisis, kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas jika dibantu usaha promosi.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan metode penelitian dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih valid.
3. Bagi lembaga perbankan diharapkan untuk lebih memperhatikan lagi promosi kepada target pemasarnya khususnya pada mahasiswa.
4. Berdasarkan hasil analisis indikator *responsiveness* pada indikator IBSQ mendapatkan poin paling rendah diantara 6 indikator lainnya. Maka Bank BRI Syariah diharapkan lebih meningkatkan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai dengan harapan nasabah.
5. Untuk kemudahan transaksi nasabah BRI Syariah diharapkan membuka kantor cabang atau unit ATM lebih banyak supaya dapat dijangkau oleh semua nasabah.
6. BRI Syariah diharapkan mampu mempertahankan citra yang baik, meningkatkan jumlah nasabah dan aset perusahaan sehingga mampu menciptakan keunggulan bersaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Syarofi. (2015). *Pemahaman Mahasiswa Tentang sistem Bagi Hasil Bank Syariah Pada Mahasiswa Diploma III Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta*. D3 Thesis, Fakultas Ekonomi
- Alo, L. (1998). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Alshuradeh, M. T., Al-Hawary, S. I., Esam, M., Mohammad, A. A., & Kurdi, B. H. (2017). *The Impact of Islamic Banks' Service Quality*. Journal of Management Research.
- Anggriawan, F., Widodo, D., & Kartini, T. (2015). *Pengaruh Customer Intimacy Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember*. Artikel Mahasiswa Universitas Jember, 1-7.
- Anggriawan, F. (2015). *Pengaruh Customer Intimacy Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Jember*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- BRISyariah, (2017). *Annual Report*. Retrieved Oktober 30, 2018, from [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id)
- Bilal Afsar, Z. U. (2010). *Determinants of Customer Loyalty in the Banking Sector: The Case of Pakistan*. African Journal of Business Management, 1040-1067.
- Cahyani, Dwi Putri (2016). *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yohyakarta*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 151- 162.
- Dick, A., & Basu S., (1994). *Customer Loyalty: Towards an integrated framework*. Journal of the Academy of Marketing Science, 99-113.
- Fakhrudin, Arif. (2016). *Pengaruh Performance Quality, Reputasi Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek*. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Fandi Tjiptono, G. C. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty How to Earn it, How to Keep it*, dialih bahasakan oleh Dwi Kartini Yahya. Lexington Books. Singapore
- Hisanuddin, (2015). *Pengaruh Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi kasus Pada Bank Syariah di Kota Bandung)*. Journal of SCIENTICA.

- Hawkins dan Coney. ((2005) *Consumer Behavior*. Washington: McGraw Hill Companies
- Herizon dan W. Maylina (2003), *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya*, Jurnal Ventura, 98- 115.
- Ismerelda, & Ruzikna. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. JOM FISIP.
- Jogiyanto. (2005). *Analisi dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Jurgen Kai-Uwe Brock & Yu Zhou, (2012). *Customer Intimacy*. Journal of Business & Industrial Marketing, 370-384
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Prehalindo.
- Kuncoro, (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Sebagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga
- Mardalis, Ahmad. (2005). *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Benefit, 111-119.
- Nisfah, S. (2016). *Pengaruh Islamic Banking Servive Quality, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri Daerah Jakarta dan Banten)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Oliver, Richard L. (1999). *Whence Consumer Loyalty?*. Journal of Marketing, 33-44.
- Pramudyo, A. (2012). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)*. JBMA, Vol. 1.
- Putra, R. P., & Herianingrum, S. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. JESTT.
- Rangkuti, Freddy. (2009), *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek dan Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia
- Rizky, Y. D., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2016). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Distro 3Second Di Kabupaten Jember*. Atikel Mahasiswa Universitas Jember.
- Salma, F. S., & Ratnasari, R. T. (2015). *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas*. JESTT.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business (Metedologi Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Sucandra, I. K. (2016). *Pengaruh Customer Intimacy Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Toko Restu Lampung Tengah)*. Lampung: Skripsi FISIP Universitas Lampung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Fristin, & Indra. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 135-144.
- Tanisah, & Maftuhah, I. (2015). *The Effects Of Service Quality, Customer Satisfaction, Trust, And Perceived Value Towards Customer Loyalty*. Jurnal Dinamika Manajemen, 55-61.
- Trisusanti, Y. (2000). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)*. Journal of Management..
- Tibrani, Amin, Nizam (2018). *Trust, Commitment, Customer Intimacy and Customer Loyalty in Islamic Banking Relationship*. International Journal of Bank Marketing, 824-847
- Ulum, F. Jamiul. (2015). *Pengaruh Islamic Banking Service Quality (IBSQ) Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bandung Cimahi*. Skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung.
- West, Richard & Turner Lynn H. (2012). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Zeithaml, V.A., Parasuranman, Berry (2009). *Delivering Quality Service*, NewYork: MC.Graw-Hill
- Zeithaml, V.A., Bitner & Gremler (2011). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Permohonan Pengisian Angket  
Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.  
Bapak / Ibu / Sdr/i Nasabah  
PT. Bank BRI Syariah di Tempat.

Salam silaturrahim, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memudahkan segala aktivitas kita sehari-hari. Amin. Saya adalah salah seorang mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Universita Islam Negeri Sunan KaliJaga Yogyakarta yang sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyusun karya ilmiah (Skripsi) dengan judul: **Pengaruh *Islamic Banking Service Quality (IBSQ)*, *Customer intimacy*, dan Citra Merek Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)**

Memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Peran serta Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan. Semua data tersebut hanya untuk penyusunan skripsi, bukan untuk di publikasikan atau digunakan untuk kepentingan lainnya. Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner ini, saya sampaikan terima kasih.

**Peneliti**

**Wafirrotullaela**

**NIM: 15820040**

### **A. Identitas Responden**

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab pertanyaan di bawah ini:

1. Nama/inisial :
2. No Hp:
3. Jenis Kelamin
  - a. Laki-Laki
  - b. Perempuan
4. Usia rekening tabungan
  - a. >1 tahun
  - b. < 1 tahun
5. Umur :
  - a. 19
  - b. 20
  - c. 21
  - d. 22
  - e. 23

### **B. Petunjuk Pengisian Angket, Variabel *Islamic Banking Service Quality*, *Customer Intimacy*, Citra merek islam dan Loyalitas Nasabah.**

Berilah tanda (✓) pada kolom yang Bapak/Ibu/Sdr/i pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan alternative jawaban sebagai berikut:

- |     |                       |
|-----|-----------------------|
| SS  | = Sangat Setuju       |
| S   | = Setuju              |
| N   | = Netral              |
| TS  | = Tidak Setuju        |
| STS | = Sangat Tidak Setuju |

Mengenai jawaban yang diberikan, akan dijamin kerahasiaannya.



### C. Pernyataan

#### 1. Variabel *Islamic Banking Service Quality* (IBSQ)

##### - Indikator *Empathy*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Nama, reputasi dan citra yang mudah dikenali					
2	Bank memiliki aset dan modal yang besar					
3	Penyediaan area parkir yang memadai					
4	Kerahasiaan data nasabah yang terjamin					
5	Manajemen yang meyakinkan					
6	Penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan					
7	Penetapan tarif layanan yang rendah					

##### - Indikator *Responsiveness*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
8	Penyediaan konsultasi keuangan					
9	Karyawan bersedia membantu nasabah					
10	Karyawan melayani nasabah secara islami					
11	Menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan					
12	Layanan yang cepat dan efisien					
13	Mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup					

##### - Indikator *Compliance*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
15	Menjalankan prinsip dan hukum islam					
16	Tidak ada pembayaran bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman					

17	Menerapkan ketentuan layanan produk secara islami					
18	Menerapkan ketentuan pembagian keuntungan (nisbah bagi hasil)indi					

- Indikator *Reliability*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
20	Pemberian layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)					
21	Penyediaan produk dan layanan yang luas					
22	Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin					
23	Waktu (jam) layanan yang optimal					
24	Pengintegrasian penggunaan nilai tambah layanan (Seperti ketersediaan ATM)					

- Indikator *Tangible*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
25	Tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik					
26	Transaksi yang cepat dan efisien					
27	Jam operasi yang jelas					
28	Menyediakan sekatsekat atau pembatas loket yang jelas					
29	Menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa					

- Indikator *Assurance*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
30	Karyawan yang sopan dan bersahabat					
31	Menyediakan saransaran/nasehat-nasehat keuangan					

32	Interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman					
33	Bank menyediakan akses informasi rekening					
34	Tim manajemen yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas					

## 2. Variabel *Customer Intimacy*

### - Indikator Hubungan Relasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa nyaman menjadi bagian dari nasabah BRI Syariah					
2	Saya merasakan kedekatan tersendiri setelah menjadi nasabah BRI Syariah					
3	Saya merasakan keistimewaan setelah menjadi bagian dari BRI Syariah					

### - Indikator Komunikasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
4	Bank memberikan informasi tentang produk-produk yang dimiliki dibandingkan dengan bank lainya					
5	Bank memberikan informasi tentang produk-produk unggulan yang dimiliki BRI Syariah pada saat awal pembuatan rekening/tabungan					
6	Bank BRI Syariah memberikan informasi yang jelas tentang manfaat/kegunaan e-banking					

### - Indikator Perhatian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
7	Pada saat saya Bank BRI Syariah ikut memberikan ucapan selamat ulang tahun					

8	Saya mendapatkan pelayanan yang baik pada saat mengalami masalah (penarikan tunai dan transfer ATM) dalam tabungan BRI Syariah					
9	Saya mendapatkan kalender/souvenir pada saat pergantian tahun baru					

### 3. Variabel Citra merek Islam

#### - *Islamic Corporate Image*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya dapat dengan mudah mengingat merek Bank BRI Syariah					
2	Bank BRI Syariah menyediakan layanan syariah untuk seluruh kebutuhan finansial saya					
3	Citra Bank BRI Syariah di mata saya sangat baik dan dapat diandalkan sebagai mitra usaha					

#### - *Islamic Product Image*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
4	Dana yang saya simpan di Bank BRI Syariah aman dan terjamin.					
5	Fasilitas <i>e-Banking</i> memudahkan saya bertransaksi di Bank BRI Syariah kapanpun dan di manapun					

#### - *Islamic User Image*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
6	Dengan menggunakan layanan jasa Bank BRI Syariah saya telah menggunakan sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah					
7	Saya bangga menjadi nasabah Bank BRI Syariah					

#### 4. Variabel Loyalitas

- Indikator *Repeat Purchase* (mengulangi pembelian)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tidak akan pindah ke bank lain karena BRI Syariah memiliki produk tabungan yang unggul					
2	Merek bank BRI Syariah menarik					
3	Biaya administrasi produk tabungan sangat murah					

- Variabel *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
4	Produk tabungan BRI Syariah menawarkan nisbah bagi hasil yang kompetitif					
5	BRI Syariah memiliki produk tabungan berbeda dengan bank lain					

- *Referalls* (merefereasikan secara total eksistensi perusahaan)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
6	Saya menyarankan dan mempromosikan kepada orang lain untuk membuka rekening tabungan di BRI Syariah					
7	Saya puas dengan kualitas layanan yang diberikan karyawan BRI Syariah					



IAMPIRAN 2

TABEL JAWABAN RESPONDEN

a. *Islamic Banking Service Quality (IBSQ)*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	jml
1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	111
2	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	135
3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	130	
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	150
5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	112
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	147
7	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	129
8	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	130
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
10	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	144
11	4	5	4	5	3	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	132
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	121
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	136
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	128
15	3	3	3	4	4	5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	5	3	4	3	3	3	4	3	115
16	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	126
17	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	136
18	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	125
19	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	112
20	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	126
21	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	108

22	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	141	
23	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	2	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	134	
24	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	133	
25	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	133	
26	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	134
27	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	148
28	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	129
29	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	5	2	4	4	3	4	123	
30	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	114
31	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	135
32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	150
33	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	116
34	5	4	3	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	117
35	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	132
36	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	3	4	3	4	5	4	4	4	125
37	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	110
38	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	125
39	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	120
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150
41	5	5	5	5	4	4	2	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	139
42	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	142
43	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	128
44	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
46	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	130



47	5	3	4	4	3	3	5	3	2	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	101	
48	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	118	
49	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124	
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	114
51	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	117
52	5	5	4	3	4	4	2	4	4	4	3	2	4	3	5	5	3	4	3	3	2	5	3	3	5	4	5	4	4	3	4	3	116
53	4	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	109
54	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115
55	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	125
56	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	140
57	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92	
58	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	111
59	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	113
60	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	132
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	3	3	3	5	5	5	5	4	5	3	129
62	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122
63	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	91
64	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	117
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
66	4	3	5	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	125
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	93	
68	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	108
69	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	115
70	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	125
71	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	131

72	5	3	3	5	4	4	4	5	5	3	4	2	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	130
73	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	115
74	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	111
75	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	115
76	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	147
78	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	124
79	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	151
80	4	4	4	5	5	4	2	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4	4	5	4	4	5	4	2	4	2	4	4	4	4	124
81	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	96
81	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	133
83	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	5	2	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	120
84	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	111
85	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122
86	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	112
87	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	90
88	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	94
89	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	2	4	4	3	4	3	4	4	4	2	109
90	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	129
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
91	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	5	4	4	4	4	3	119
92	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	137
93	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	3	5	4	5	2	3	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	3	126
94	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	129
95	4	3	2	4	4	4	5	4	4	3	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	118
96	4	3	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	129

97	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	2	3	5	4	4	3	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	123
98	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	125
99	4	2	2	4	3	4	2	2	3	3	3	1	4	5	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	1	4	3	4	3	3	4	95
100	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	3	4	3	118

b. Variabel *Customer Intimacy*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	jml
1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
2	4	4	4	3	5	4	3	4	4	35
3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
5	4	4	2	3	4	3	3	3	4	30
6	5	4	4	5	5	5	2	3	2	35
7	5	4	5	4	4	5	4	5	4	40
8	4	4	5	5	5	4	2	2	3	34
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
11	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
12	4	4	2	4	4	4	1	4	1	28
13	4	5	5	5	5	5	4	5	4	42
14	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
15	4	4	5	5	5	4	3	3	4	37
16	4	4	4	2	2	2	3	4	3	28
17	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	jml
18	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
19	3	4	3	3	3	4	3	4	4	31
20	4	4	4	4	4	5	2	4	4	35
21	4	3	3	3	3	3	2	3	2	26
22	4	5	4	5	5	4	2	5	1	35
23	4	4	4	4	5	4	2	4	2	33
24	5	4	4	4	4	4	2	4	4	35
25	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
26	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
27	5	5	3	4	4	4	3	4	4	36
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
29	4	4	3	4	4	4	2	4	2	31
30	3	4	4	4	4	4	2	4	3	32
31	5	5	4	5	4	4	5	4	3	39
32	5	4	5	5	5	5	4	5	4	42
33	4	3	3	3	4	4	4	4	3	32
34	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	jml
<b>35</b>	4	4	3	4	5	4	3	4	2	<b>33</b>
<b>36</b>	4	4	4	4	4	4	2	3	3	<b>32</b>
<b>37</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>38</b>	5	4	2	4	5	4	2	4	2	<b>32</b>
<b>39</b>	3	4	3	3	4	4	2	4	3	<b>30</b>
<b>40</b>	5	5	5	5	5	5	3	5	3	<b>41</b>
<b>41</b>	5	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>39</b>
<b>42</b>	5	5	5	4	4	4	3	5	4	<b>39</b>
<b>43</b>	5	4	3	3	5	3	2	4	1	<b>30</b>
<b>44</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>45</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>46</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>37</b>
<b>47</b>	4	3	3	4	3	2	2	3	2	<b>26</b>
<b>48</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>35</b>
<b>49</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>50</b>	3	3	3	3	4	4	3	3	3	<b>29</b>
<b>51</b>	4	3	3	3	4	3	2	3	4	<b>29</b>
<b>52</b>	4	4	3	2	3	4	1	3	1	<b>25</b>
<b>53</b>	3	2	2	3	4	3	3	4	3	<b>27</b>
<b>54</b>	4	3	3	3	3	4	3	3	3	<b>29</b>
<b>55</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>38</b>
<b>56</b>	4	4	4	5	5	5	4	4	4	<b>39</b>
<b>57</b>	3	3	1	3	3	3	3	3	3	<b>25</b>
<b>58</b>	3	3	3	3	3	4	3	4	3	<b>29</b>

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	jml
<b>59</b>	4	4	4	4	4	3	3	3	3	<b>32</b>
<b>60</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>61</b>	5	5	5	5	5	5	4	4	4	<b>42</b>
<b>62</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>63</b>	1	1	2	2	3	3	2	3	1	<b>18</b>
<b>64</b>	4	3	3	4	3	3	4	3	3	<b>30</b>
<b>65</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>66</b>	5	5	5	5	5	5	4	4	2	<b>40</b>
<b>67</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>27</b>
<b>68</b>	3	3	3	3	3	3	1	3	1	<b>23</b>
<b>69</b>	3	3	3	3	4	4	3	2	3	<b>28</b>
<b>70</b>	4	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>37</b>
<b>71</b>	3	4	4	4	4	5	4	5	4	<b>37</b>
<b>72</b>	4	4	4	4	3	4	1	3	1	<b>28</b>
<b>73</b>	4	3	3	3	3	3	2	4	2	<b>27</b>
<b>74</b>	4	4	4	3	4	4	3	4	3	<b>33</b>
<b>75</b>	4	4	3	3	4	4	3	4	3	<b>32</b>
<b>76</b>	5	5	5	5	5	5	2	2	2	<b>36</b>
<b>77</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>78</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>79</b>	4	4	4	4	5	4	2	4	2	<b>33</b>
<b>80</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>27</b>
<b>81</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>37</b>
<b>82</b>	4	2	1	3	4	4	1	2	2	<b>23</b>

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	jml
<b>83</b>	4	4	3	3	3	4	4	4	4	<b>33</b>
<b>84</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>85</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	2	<b>26</b>
<b>86</b>	3	3	3	3	3	4	4	4	4	<b>31</b>
<b>87</b>	4	2	2	2	3	3	2	3	3	<b>24</b>
<b>88</b>	4	4	3	3	4	4	2	3	2	<b>29</b>
<b>89</b>	5	4	5	5	5	5	3	3	3	<b>38</b>
<b>90</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>91</b>	4	3	3	4	5	5	3	4	3	<b>34</b>
<b>92</b>	5	4	5	4	4	4	4	4	5	<b>39</b>
<b>93</b>	3	4	3	5	4	4	2	3	3	<b>31</b>
<b>94</b>	5	5	5	5	5	4	4	3	4	<b>40</b>
<b>95</b>	5	4	5	4	4	4	4	3	3	<b>36</b>
<b>96</b>	4	4	4	4	5	4	4	3	4	<b>36</b>
<b>97</b>	4	3	3	4	5	5	4	4	4	<b>36</b>
<b>98</b>	4	4	4	5	5	4	4	1	4	<b>35</b>
<b>99</b>	3	2	2	4	3	4	3	1	2	<b>24</b>
<b>100</b>	4	4	4	4	4	4	4	2	4	<b>33</b>

c. Variabel Citra Merek Islam

	1	2	3	4	5	6	7	jml
<b>1</b>	4	4	3	4	3	3	3	<b>24</b>
<b>2</b>	4	4	5	5	4	4	4	<b>30</b>
<b>3</b>	4	4	4	5	5	5	4	<b>31</b>
<b>4</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>5</b>	4	3	4	4	4	3	3	<b>25</b>
<b>6</b>	5	4	5	5	5	5	5	<b>34</b>
<b>7</b>	5	4	4	4	4	4	5	<b>30</b>
<b>8</b>	4	4	2	4	4	4	5	<b>27</b>
<b>9</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>10</b>	5	5	4	5	5	5	4	<b>33</b>
<b>11</b>	4	5	4	4	5	3	4	<b>29</b>
<b>12</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>13</b>	5	4	4	4	5	4	4	<b>30</b>
<b>14</b>	4	3	4	4	4	4	3	<b>26</b>
<b>15</b>	3	3	4	4	3	4	4	<b>25</b>
<b>16</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>17</b>	5	5	4	4	5	5	4	<b>32</b>

	1	2	3	4	5	6	7	jml
<b>18</b>	4	5	4	5	4	4	4	<b>30</b>

	1	2	3	4	5	6	7	jml
<b>20</b>	5	4	4	4	4	5	3	<b>29</b>

	1	2	3	4	5	6	7	jml
<b>22</b>	5	5	4	4	5	5	4	<b>32</b>

<b>19</b>	4	4	3	4	4	4	3	<b>26</b>		<b>21</b>	4	3	3	3	3	4	3	<b>23</b>		<b>23</b>	4	5	4	4	4	4	5	<b>30</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	jml			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	jml			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	jml
<b>24</b>	4	5	4	4	4	5	4	<b>30</b>		<b>48</b>	4	4	3	4	4	4	4	<b>27</b>		<b>72</b>	5	3	5	5	5	5	5	<b>33</b>
<b>25</b>	5	4	5	4	4	4	4	<b>30</b>		<b>49</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>		<b>73</b>	4	4	3	4	4	3	3	<b>25</b>
<b>26</b>	5	4	4	4	4	5	5	<b>31</b>		<b>50</b>	3	3	3	4	5	3	3	<b>24</b>		<b>74</b>	4	4	4	3	5	4	5	<b>29</b>
<b>27</b>	5	4	4	5	5	5	5	<b>33</b>		<b>51</b>	4	3	3	4	4	4	3	<b>25</b>		<b>75</b>	4	4	4	4	5	4	4	<b>29</b>
<b>28</b>	5	4	4	4	5	4	5	<b>31</b>		<b>52</b>	2	3	4	3	5	3	4	<b>24</b>		<b>76</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>29</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>		<b>53</b>	5	4	3	3	4	4	4	<b>27</b>		<b>77</b>	5	4	4	4	4	4	4	<b>29</b>
<b>30</b>	4	4	3	4	4	3	3	<b>25</b>		<b>54</b>	3	3	3	4	3	3	3	<b>22</b>		<b>78</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>31</b>	5	3	5	4	4	4	4	<b>29</b>		<b>55</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>		<b>79</b>	4	4	5	4	5	4	5	<b>31</b>
<b>32</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>		<b>56</b>	5	4	3	4	5	5	3	<b>29</b>		<b>80</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
<b>33</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>		<b>57</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>		<b>81</b>	4	5	5	4	4	4	5	<b>31</b>
<b>34</b>	5	5	5	4	4	4	4	<b>31</b>		<b>58</b>	4	4	3	4	3	4	4	<b>26</b>		<b>82</b>	2	4	4	4	5	2	4	<b>25</b>
<b>35</b>	3	4	4	4	4	4	4	<b>27</b>		<b>59</b>	4	3	3	4	3	3	3	<b>23</b>		<b>83</b>	4	3	3	3	4	4	3	<b>24</b>
<b>36</b>	4	4	5	5	4	4	4	<b>30</b>		<b>60</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>		<b>84</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>
<b>37</b>	4	4	4	3	4	4	4	<b>27</b>		<b>61</b>	4	5	5	5	5	5	5	<b>34</b>		<b>85</b>	3	3	3	4	3	3	3	<b>22</b>
<b>38</b>	3	3	4	4	4	4	4	<b>26</b>		<b>62</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>		<b>86</b>	3	3	3	3	4	3	4	<b>23</b>
<b>39</b>	4	4	3	4	4	4	4	<b>27</b>		<b>63</b>	3	3	1	4	3	3	1	<b>18</b>		<b>87</b>	3	2	3	3	3	3	3	<b>20</b>
<b>40</b>	4	5	4	4	4	4	4	<b>29</b>		<b>64</b>	4	4	3	4	4	4	4	<b>27</b>		<b>88</b>	4	4	3	3	3	4	4	<b>25</b>
<b>41</b>	5	4	4	4	4	5	4	<b>30</b>		<b>65</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>		<b>89</b>	4	4	4	4	5	5	5	<b>31</b>

42	5	5	5	5	5	5	4	34		66	4	4	4	4	3	4	4	27		90	4	4	4	4	4	4	4	28
43	1	3	3	4	5	4	5	25		67	3	3	3	3	3	3	3	21		91	4	4	4	3	4	4	4	27
44	4	4	4	4	4	4	4	28		68	3	1	3	4	4	4	3	22		92	5	4	4	5	4	4	4	30
45	4	4	4	4	4	4	4	28		69	5	4	4	2	4	4	3	26		93	5	4	3	5	4	3	4	28
46	4	4	4	4	4	4	4	28		70	4	4	4	4	5	5	5	31		94	1	4	4	4	4	5	4	26
47	4	3	3	4	4	4	4	26		71	5	3	3	4	3	3	5	26		95	4	3	2	3	3	3	4	22
	1	2	3	4	5	6	7	jml			1	2	3	4	5	6	7	jml			1	2	3	4	5	6	7	jml
96	4	4	3	4	4	4	3	26		17	4	4	4	4	4	4	4	28		41	4	4	5	5	5	4	4	31
97	4	4	4	4	4	4	4	28		18	4	4	4	4	4	4	5	29		42	4	4	4	4	4	4	4	28
98	1	4	5	5	4	4	4	27		19	3	3	3	4	3	3	3	22		43	4	4	4	4	3	4	4	27
99	1	4	2	5	2	3	4	21		20	3	4	4	4	2	3	4	24		44	4	4	4	4	4	4	5	29
100	3	4	4	4	4	4	4	27		21	3	3	3	3	3	4	3	22		45	4	4	4	4	4	4	4	28
<b>d. Variavel Loyalitas</b>										22	3	5	5	2	4	5	3	22		46	3	4	4	4	4	4	4	27
	1	2	3	4	5	6	7	jml		23	3	4	4	4	5	4	4	23		47	3	4	5	3	4	4	3	26
1	3	4	3	3	4	3	4	24		24	4	4	4	4	4	4	5	29		48	4	3	4	3	4	4	3	25
2	4	4	5	4	4	4	4	29		25	4	4	5	5	4	5	4	31		49	4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	4	4	4	4	25		26	5	5	4	4	2	4	5	29		50	3	3	4	3	3	3	4	23
4	5	5	5	4	5	4	5	33		27	4	4	3	4	4	5	5	29		51	2	3	3	4	3	5	4	24
5	3	4	4	3	3	4	4	25		28	3	4	5	4	4	4	4	28		52	3	3	2	4	1	2	4	19
										29	4	4	3	4	3	3	4	25		53	3	5	3	4	4	3	3	25

<b>6</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>7</b>	4	5	4	4	5	4	5	<b>31</b>
<b>8</b>	2	4	4	4	4	4	4	<b>26</b>
<b>9</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>10</b>	4	5	4	5	5	5	5	<b>33</b>
<b>11</b>	4	4	3	3	4	3	4	<b>25</b>
<b>12</b>	4	4	4	4	3	3	4	<b>26</b>
<b>13</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>14</b>	3	3	3	3	3	3	4	<b>22</b>
<b>15</b>	5	5	5	3	3	4	4	<b>29</b>
<b>16</b>	3	4	4	4	4	3	4	<b>26</b>
	1	2	3	4	5	6	7	<b>jml</b>
<b>65</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>66</b>	4	5	3	4	3	4	4	<b>27</b>
<b>67</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
<b>68</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
<b>69</b>	3	4	4	4	4	3	4	<b>26</b>
<b>70</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>71</b>	5	4	5	4	4	4	5	<b>31</b>
<b>72</b>	4	5	5	5	5	5	4	<b>33</b>

<b>30</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
<b>31</b>	5	5	5	5	3	4	4	<b>31</b>
<b>32</b>	5	5	4	5	4	5	5	<b>33</b>
<b>33</b>	3	4	3	4	3	3	4	<b>24</b>
<b>34</b>	4	4	4	5	5	4	4	<b>30</b>
<b>35</b>	3	4	4	4	4	4	4	<b>27</b>
<b>36</b>	3	4	4	4	3	4	5	<b>27</b>
<b>37</b>	4	4	3	4	3	3	4	<b>25</b>
<b>38</b>	2	4	4	4	3	2	4	<b>23</b>
<b>39</b>	2	4	4	4	4	4	4	<b>26</b>
<b>40</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
	1	2	3	4	5	6	7	<b>jml</b>
<b>89</b>	4	4	4	4	4	5	4	<b>29</b>
<b>90</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>91</b>	4	4	4	4	3	3	4	<b>26</b>
<b>92</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>93</b>	3	4	4	4	3	3	3	<b>24</b>
<b>94</b>	5	4	5	4	4	4	4	<b>30</b>
<b>95</b>	1	3	3	4	3	3	3	<b>20</b>
<b>96</b>	4	5	3	4	4	4	4	<b>28</b>

<b>54</b>	2	3	3	3	3	3	3	<b>20</b>
<b>55</b>	3	4	4	4	3	4	4	<b>26</b>
<b>56</b>	3	4	4	4	3	4	4	<b>26</b>
<b>57</b>	3	3	3	3	3	3	3	<b>21</b>
<b>58</b>	4	4	4	4	3	4	3	<b>26</b>
<b>59</b>	3	4	4	3	3	3	4	<b>24</b>
<b>60</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>61</b>	3	5	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>62</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>63</b>	1	2	2	3	2	2	3	<b>15</b>
<b>64</b>	4	4	4	4	4	4	3	<b>27</b>



73	4	4	4	3	3	3	4	25
74	5	4	5	4	4	4	5	31
75	3	3	5	3	3	4	4	25
76	2	5	5	3	4	5	5	29
77	4	4	4	3	3	4	4	26
78	5	5	5	5	5	5	5	35
79	5	4	4	4	4	5	5	31
80	3	3	3	3	3	3	3	21
81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	2	4	4	4	2	2	4	22
83	4	4	4	3	3	3	3	24
84	4	4	4	4	4	4	4	28
85	3	3	3	3	3	3	3	21
86	3	3	3	3	3	3	3	21
87	2	3	2	3	3	3	3	19
88	2	4	5	4	3	2	3	23

97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	1	4	2	3	3	2	3	18
99	1	2	5	3	3	4	4	22
100	3	2	4	2	4	4	3	23

# LAMPIRAN 3

## HASIL UJI VALIDITAS

### A. Variabel IBSQ

		Correlations																
		IBSQ 1	IBSQ 2	IBSQ 3	IBSQ 4	IBSQ 5	IBSQ 6	IBSQ 7	IBSQ 8	IBSQ 9	IBSQ 10	IBSQ 11	IBSQ 12	IBSQ 13	IBSQ 14	IBSQ 15	IBSQ 16	IBSQ 17
IBSQ1	Pearson Correlation	1	,570**	,478**	-,037	,143	,306	,089	-,020	,257	,356	,072	,221	,007	,575**	,145	,245	,134
	Sig. (2-tailed)		,001	,008	,847	,450	,100	,639	,916	,170	,054	,707	,241	,970	,001	,445	,192	,479
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ2	Pearson Correlation	,570**	1	,625**	,382*	,540**	,619**	,550**	,108	,668**	,676**	,610**	,468**	,274	,492**	,579**	,472**	,493**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,037	,002	,000	,002	,569	,000	,000	,000	,009	,144	,006	,001	,008	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ3	Pearson Correlation	,478**	,625**	1	,308	,709**	,610**	,402*	,164	,446*	,565**	,471**	,512**	,386*	,731**	,527**	,640**	,466**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000		,098	,000	,000	,028	,386	,014	,001	,009	,004	,035	,000	,003	,000	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ4	Pearson Correlation	-,037	,382*	,308	1	,410*	,607**	,676**	,241	,464**	,567**	,685**	,440*	,732**	,224	,686**	,615**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,847	,037	,098		,024	,000	,000	,199	,010	,001	,000	,015	,000	,235	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ5	Pearson Correlation	,143	,540**	,709**	,410*	1	,655**	,483**	-,002	,633**	,645**	,648**	,576**	,443*	,529**	,475**	,610**	,617**
	Sig. (2-tailed)	,450	,002	,000	,024		,000	,007	,991	,000	,000	,000	,001	,014	,003	,008	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ6	Pearson Correlation	,306	,619**	,610**	,607**	,655**	1	,722**	,133	,614**	,700**	,797**	,675**	,469**	,464**	,704**	,716**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,100	,000	,000	,000	,000		,000	,485	,000	,000	,000	,000	,009	,010	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ7	Pearson Correlation	,089	,550**	,402*	,676**	,483**	,722**	1	,148	,628**	,639**	,741**	,636**	,588**	,346	,654**	,485**	,555**
	Sig. (2-tailed)	,639	,002	,028	,000	,007	,000		,435	,000	,000	,000	,000	,001	,061	,000	,007	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ8	Pearson Correlation	-,020	,108	,164	,241	-,002	,133	,148	1	0,000	,304	,189	,388*	,348	,116	,398*	,431*	,339
	Sig. (2-tailed)	,916	,569	,386	,199	,991	,485	,435		1,000	,103	,317	,034	,059	,541	,029	,017	,067
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ9	Pearson Correlation	,257	,668**	,446*	,464**	,633**	,614**	,628**	0,000	1	,680**	,657**	,648**	,386*	,522**	,533**	,458**	,566**
	Sig. (2-tailed)	,170	,000	,014	,010	,000	,000	,000	1,000		,000	,000	,000	,035	,003	,002	,011	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ10	Pearson Correlation	,356	,676**	,565**	,567**	,645**	,700**	,639**	,304	,680**	1	,740**	,583**	,522**	,456*	,627**	,702**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,054	,000	,001	,001	,000	,000	,000	,103	,000		,000	,001	,003	,011	,000	,000	,000

IBSQ11	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,072	,610**	,471**	,685**	,648**	,797**	,741**	,189	,657**	,740**	1	,597**	,460**	,277	,665**	,572**	,606**
	Sig. (2-tailed)	,707	,000	,009	,000	,000	,000	,000	,317	,000	,000		,000	,011	,139	,000	,001	,000
IBSQ12	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,221	,468**	,512**	,440**	,576**	,675**	,636**	,388**	,648**	,583**	,597**	1	,619**	,689**	,567**	,600**	,593**
	Sig. (2-tailed)	,241	,009	,004	,015	,001	,000	,000	,034	,000	,001	,000		,000	,000	,001	,000	,001
IBSQ13	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,007	,274	,386**	,732**	,443**	,469**	,588**	,348	,386**	,522**	,460**	,619**	1	,502**	,616**	,483**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,970	,144	,035	,000	,014	,009	,001	,059	,035	,003	,011	,000		,005	,000	,007	,000
IBSQ14	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,575**	,492**	,731**	,224	,529**	,464**	,346	,116	,522**	,456**	,277	,689**	,502**	1	,375**	,451**	,389**
	Sig. (2-tailed)	,001	,006	,000	,235	,003	,010	,061	,541	,003	,011	,139	,000	,005		,041	,012	,033
IBSQ15	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,145	,579**	,527**	,686**	,475**	,704**	,654**	,398**	,533**	,627**	,665**	,567**	,616**	,375**	1	,720**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,445	,001	,003	,000	,008	,000	,000	,029	,002	,000	,000	,001	,000	,041		,000	,000
IBSQ16	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,245	,472**	,640**	,615**	,610**	,716**	,485**	,431**	,458**	,702**	,572**	,600**	,483**	,451**	,720**	1	,717**
	Sig. (2-tailed)	,192	,008	,000	,000	,000	,000	,007	,017	,011	,000	,001	,000	,007	,012	,000		,000
IBSQ17	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,134	,493**	,466**	,671**	,617**	,690**	,555**	,339	,566**	,770**	,606**	,593**	,696**	,389**	,756**	,717**	1
	Sig. (2-tailed)	,479	,006	,009	,000	,000	,000	,001	,067	,001	,000	,000	,001	,000	,033	,000	,000	
IBSQ18	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,164	,687**	,539**	,609**	,684**	,604**	,597**	,139	,693**	,604**	,610**	,588**	,523**	,477**	,634**	,547**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,385	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,465	,000	,000	,000	,001	,003	,008	,000	,002	,000
IIBSQ19	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,162	,335	,337	,609**	,324	,613**	,553**	,499**	,454**	,705**	,529**	,708**	,725**	,437**	,655**	,665**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,394	,070	,068	,000	,080	,000	,002	,005	,012	,000	,003	,000	,000	,016	,000	,000	,000
IBSQ20	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,188	,399**	,592**	,509**	,401**	,589**	,540**	,492**	,422**	,534**	,403**	,719**	,700**	,587**	,810**	,673**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,320	,029	,001	,004	,028	,001	,002	,006	,020	,002	,027	,000	,000	,001	,000	,000	,000
IBSQ21	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,158	,718**	,496**	,696**	,711**	,746**	,763**	,107	,812**	,803**	,809**	,557**	,489**	,382**	,688**	,639**	,670**
	Sig. (2-tailed)	,404	,000	,005	,000	,000	,000	,000	,575	,000	,000	,000	,001	,006	,037	,000	,000	,000
IBSQ22	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,234	,615**	,364**	,484**	,643**	,752**	,555**	,065	,713**	,726**	,706**	,545**	,223	,279	,412**	,601**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,214	,000	,048	,007	,000	,000	,001	,733	,000	,000	,000	,002	,237	,135	,024	,000	,000
IBSQ23	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,367	,680**	,722**	,379**	,767**	,685**	,453	,117	,641**	,690**	,589**	,573**	,236	,492**	,452**	,728**	,574**
	Sig. (2-tailed)	,046	,000	,000	,039	,000	,000	,012	,539	,000	,000	,001	,001	,208	,006	,012	,000	,001

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ24	Pearson Correlation	,524**	,641**	,710**	,455*	,667**	,685**	,455*	,091	,637**	,635**	,463*	,640**	,518**	,854**	,611**	,676**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,012	,000	,000	,012	,632	,000	,000	,010	,000	,003	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ25	Pearson Correlation	,058	,437*	,273	,746**	,420	,536**	,684**	,409	,529**	,598**	,592**	,723**	,830**	,442*	,632**	,476**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,761	,016	,145	,000	,021	,002	,000	,025	,003	,000	,001	,000	,000	,015	,000	,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ26	Pearson Correlation	,187	,654**	,347	,636**	,605**	,718**	,627**	-,035	,667**	,691**	,778**	,400*	,325	,265	,471**	,505**	,542**
	Sig. (2-tailed)	,323	,000	,060	,000	,000	,000	,000	,856	,000	,000	,000	,028	,080	,156	,009	,004	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ27	Pearson Correlation	,140	,455*	,378*	,442*	,385*	,597**	,504*	,385*	,516**	,657**	,472**	,692**	,533**	,428*	,596**	,575**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,460	,011	,040	,014	,036	,000	,005	,036	,004	,000	,008	,000	,002	,018	,001	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ28	Pearson Correlation	,396*	,626**	,585**	,386*	,565**	,678**	,646**	,121	,574**	,569**	,631**	,622**	,359	,550**	,465**	,469**	,514**
	Sig. (2-tailed)	,030	,000	,001	,035	,001	,000	,000	,523	,001	,001	,000	,000	,051	,002	,010	,009	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ29	Pearson Correlation	,311	,467**	,386*	,426*	,571**	,719**	,629**	,128	,639**	,693**	,675**	,562**	,249	,343	,393*	,527**	,534**
	Sig. (2-tailed)	,094	,009	,035	,019	,001	,000	,000	,499	,000	,000	,000	,001	,185	,064	,031	,003	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ30	Pearson Correlation	,270	,506**	,722**	,331	,742**	,662**	,513**	,260	,624**	,750**	,632**	,727**	,440*	,598**	,526**	,689**	,698**
	Sig. (2-tailed)	,148	,004	,000	,074	,000	,000	,004	,166	,000	,000	,000	,000	,015	,000	,003	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ31	Pearson Correlation	,294	,706**	,495**	,616**	,692**	,738**	,710**	,129	,797**	,742**	,684**	,649**	,523**	,545**	,647**	,615**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,115	,000	,005	,000	,000	,000	,000	,496	,000	,000	,000	,000	,003	,002	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ32	Pearson Correlation	,442*	,400*	,488**	,158	,456*	,526**	,448*	-,115	,383*	,442*	,306	,300	,225	,343	,199	,325	,400*
	Sig. (2-tailed)	,014	,028	,006	,404	,011	,003	,013	,545	,037	,014	,100	,108	,233	,064	,293	,080	,028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ33	Pearson Correlation	,180	,360	,716**	,487**	,758**	,719**	,448*	,317	,469**	,616**	,582**	,755**	,619**	,610**	,549**	,699**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,342	,050	,000	,006	,000	,000	,013	,088	,009	,000	,001	,000	,000	,000	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ	Pearson Correlation	,352	,738**	,697**	,697**	,747**	,862**	,769**	,320	,771**	,866**	,796**	,807**	,672**	,645**	,782**	,794**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,056	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,085	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

LANJUTAN IBSQ 18-33

		IBSQ 18	IBSQ 19	IBSQ 20	IBSQ 21	IBSQ 22	IBSQ 23	IBSQ 24	IBSQ 25	IBSQ 26	IBSQ 27	IBSQ 28	IBSQ 29	IBSQ 30	IBSQ 31	IBSQ 32	IBSQ 33	IBSQ
IBSQ1	Pearson Correlation	,164	,162	,188	,158	,234	,367	,524	,058	,187	,140	,396	,311	,270	,294	,442	,180	,352
	Sig. (2-tailed)	,385	,394	,320	,404	,214	,046	,003	,761	,323	,460	,030	,094	,148	,115	,014	,342	,056
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ2	Pearson Correlation	,687	,335	,399	,718	,615	,680	,641	,437	,654	,455	,626	,467	,506	,706	,400	,360	,738
	Sig. (2-tailed)	,000	,070	,029	,000	,000	,000	,000	,016	,000	,011	,000	,009	,004	,000	,028	,050	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ3	Pearson Correlation	,539	,337	,592	,496	,364	,722	,710	,273	,347	,378	,585	,386	,722	,495	,488	,716	,697
	Sig. (2-tailed)	,002	,068	,001	,005	,048	,000	,000	,145	,060	,040	,001	,035	,000	,005	,006	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ4	Pearson Correlation	,609	,609	,509	,696	,484	,379	,455	,746	,636	,442	,386	,426	,331	,616	,158	,487	,697
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,004	,000	,007	,039	,012	,000	,000	,014	,035	,019	,074	,000	,404	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ5	Pearson Correlation	,684	,324	,401	,711	,643	,767	,667	,420	,605	,385	,565	,571	,742	,692	,456	,758	,747
	Sig. (2-tailed)	,000	,080	,028	,000	,000	,000	,000	,021	,000	,036	,001	,001	,000	,000	,011	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ6	Pearson Correlation	,604	,613	,589	,746	,752	,685	,685	,536	,718	,597	,678	,719	,662	,738	,526	,719	,862
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ7	Pearson Correlation	,597	,553	,540	,763	,555	,453	,455	,684	,627	,504	,646	,629	,513	,710	,448	,448	,769
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,002	,000	,001	,012	,012	,000	,000	,005	,000	,000	,004	,000	,013	,013	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ8	Pearson Correlation	,139	,499	,492	,107	,065	,117	,091	,409	-,035	,385	,121	,128	,260	,129	-,115	,317	,320
	Sig. (2-tailed)	,465	,005	,006	,575	,733	,539	,632	,025	,856	,036	,523	,499	,166	,496	,545	,088	,085
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ9	Pearson Correlation	,693	,454	,422	,812	,713	,641	,637	,529	,667	,516	,574	,639	,624	,797	,383	,469	,771
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,020	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,004	,001	,000	,000	,000	,037	,009	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ10	Pearson Correlation	,604	,705	,534	,803	,726	,690	,635	,598	,691	,657	,569	,693	,750	,742	,442	,616	,866
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,014	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ11	Pearson Correlation	,610	,529	,403	,809	,706	,589	,463	,592	,778	,472	,631	,675	,632	,684	,306	,582	,796
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,027	,000	,000	,001	,010	,001	,000	,008	,000	,000	,000	,000	,100	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ12	Pearson Correlation	,588	,708	,719	,557	,545	,573	,640	,723	,400	,692	,622	,562	,727	,649	,300	,755	,807
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,001	,002	,001	,000	,000	,028	,000	,000	,001	,000	,000	,108	,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ13	Pearson Correlation	,523 <sup>**</sup>	,725 <sup>**</sup>	,700 <sup>**</sup>	,489 <sup>**</sup>	,223	,236	,518 <sup>**</sup>	,830 <sup>**</sup>	,325	,533 <sup>**</sup>	,359	,249	,440 <sup>**</sup>	,523 <sup>**</sup>	,225	,619 <sup>**</sup>	,672 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,006	,237	,208	,003	,000	,080	,002	,051	,185	,015	,003	,233	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ14	Pearson Correlation	,477 <sup>**</sup>	,437 <sup>**</sup>	,587 <sup>**</sup>	,382 <sup>**</sup>	,279	,492 <sup>**</sup>	,854 <sup>**</sup>	,442 <sup>**</sup>	,265	,428 <sup>**</sup>	,550 <sup>**</sup>	,343	,598 <sup>**</sup>	,545 <sup>**</sup>	,343	,610 <sup>**</sup>	,645 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,008	,016	,001	,037	,135	,006	,000	,015	,156	,018	,002	,064	,000	,002	,064	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ15	Pearson Correlation	,634 <sup>**</sup>	,655 <sup>**</sup>	,810 <sup>**</sup>	,688 <sup>**</sup>	,412 <sup>**</sup>	,452 <sup>**</sup>	,611 <sup>**</sup>	,632 <sup>**</sup>	,471 <sup>**</sup>	,596 <sup>**</sup>	,465 <sup>**</sup>	,393	,526 <sup>**</sup>	,647 <sup>**</sup>	,199	,549 <sup>**</sup>	,782 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,024	,012	,000	,000	,009	,001	,010	,031	,003	,000	,293	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ16	Pearson Correlation	,547 <sup>**</sup>	,665 <sup>**</sup>	,673 <sup>**</sup>	,639 <sup>**</sup>	,601 <sup>**</sup>	,728 <sup>**</sup>	,676 <sup>**</sup>	,476 <sup>**</sup>	,505 <sup>**</sup>	,575 <sup>**</sup>	,469 <sup>**</sup>	,527 <sup>**</sup>	,689 <sup>**</sup>	,615 <sup>**</sup>	,325	,699 <sup>**</sup>	,794 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,008	,004	,001	,009	,003	,000	,000	,080	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ17	Pearson Correlation	,612 <sup>**</sup>	,802 <sup>**</sup>	,734 <sup>**</sup>	,670 <sup>**</sup>	,605 <sup>**</sup>	,574 <sup>**</sup>	,665 <sup>**</sup>	,737 <sup>**</sup>	,542 <sup>**</sup>	,808 <sup>**</sup>	,514 <sup>**</sup>	,534 <sup>**</sup>	,698 <sup>**</sup>	,734 <sup>**</sup>	,400 <sup>**</sup>	,712 <sup>**</sup>	,843 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,002	,000	,004	,002	,000	,000	,028	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ18	Pearson Correlation	1	,432 <sup>**</sup>	,440 <sup>**</sup>	,766 <sup>**</sup>	,703 <sup>**</sup>	,723 <sup>**</sup>	,679 <sup>**</sup>	,647 <sup>**</sup>	,712 <sup>**</sup>	,377 <sup>**</sup>	,419 <sup>**</sup>	,454 <sup>**</sup>	,475 <sup>**</sup>	,699 <sup>**</sup>	,309	,472 <sup>**</sup>	,769 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,017	,015	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,040	,021	,012	,008	,000	,097	,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IIBSQ19	Pearson Correlation	,432 <sup>**</sup>	1	,740 <sup>**</sup>	,502 <sup>**</sup>	,479 <sup>**</sup>	,435 <sup>**</sup>	,534 <sup>**</sup>	,749 <sup>**</sup>	,388 <sup>**</sup>	,787 <sup>**</sup>	,344	,458 <sup>**</sup>	,592 <sup>**</sup>	,517 <sup>**</sup>	,327	,577 <sup>**</sup>	,753 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,017		,000	,005	,007	,016	,002	,000	,034	,000	,063	,011	,001	,003	,078	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ20	Pearson Correlation	,440 <sup>**</sup>	,740 <sup>**</sup>	1	,442 <sup>**</sup>	,219	,374 <sup>**</sup>	,609 <sup>**</sup>	,630 <sup>**</sup>	,138	,783 <sup>**</sup>	,498 <sup>**</sup>	,305	,650 <sup>**</sup>	,529 <sup>**</sup>	,193	,720 <sup>**</sup>	,728 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,015	,000		,014	,245	,042	,000	,000	,468	,000	,005	,101	,000	,003	,306	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ21	Pearson Correlation	,766 <sup>**</sup>	,502 <sup>**</sup>	,442 <sup>**</sup>	1	,768 <sup>**</sup>	,677 <sup>**</sup>	,642 <sup>**</sup>	,572 <sup>**</sup>	,883 <sup>**</sup>	,514 <sup>**</sup>	,555 <sup>**</sup>	,647 <sup>**</sup>	,604 <sup>**</sup>	,856 <sup>**</sup>	,385 <sup>**</sup>	,516 <sup>**</sup>	,849 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,014		,000	,000	,000	,001	,000	,004	,001	,000	,000	,000	,036	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ22	Pearson Correlation	,703 <sup>**</sup>	,479 <sup>**</sup>	,219	,768 <sup>**</sup>	1	,787 <sup>**</sup>	,556 <sup>**</sup>	,471 <sup>**</sup>	,861 <sup>**</sup>	,477 <sup>**</sup>	,535 <sup>**</sup>	,819 <sup>**</sup>	,590 <sup>**</sup>	,734 <sup>**</sup>	,439 <sup>**</sup>	,485 <sup>**</sup>	,756 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,245	,000		,000	,001	,009	,000	,008	,002	,000	,001	,000	,015	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ23	Pearson Correlation	,723 <sup>**</sup>	,435 <sup>**</sup>	,374 <sup>**</sup>	,677 <sup>**</sup>	,787 <sup>**</sup>	1	,665 <sup>**</sup>	,352	,636 <sup>**</sup>	,478 <sup>**</sup>	,523 <sup>**</sup>	,565 <sup>**</sup>	,699 <sup>**</sup>	,604 <sup>**</sup>	,596 <sup>**</sup>	,596 <sup>**</sup>	,768 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,016	,042	,000	,000		,000	,057	,000	,008	,003	,001	,000	,000	,001	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ24	Pearson Correlation	,679 <sup>**</sup>	,534 <sup>**</sup>	,609 <sup>**</sup>	,642 <sup>**</sup>	,556 <sup>**</sup>	,665 <sup>**</sup>	1	,530 <sup>**</sup>	,576 <sup>**</sup>	,544 <sup>**</sup>	,585 <sup>**</sup>	,477 <sup>**</sup>	,636 <sup>**</sup>	,764 <sup>**</sup>	,423 <sup>**</sup>	,640 <sup>**</sup>	,811 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,001	,000		,003	,001	,002	,001	,008	,000	,000	,020	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ25	Pearson Correlation	,647 <sup>**</sup>	,749 <sup>**</sup>	,630 <sup>**</sup>	,572 <sup>**</sup>	,471 <sup>**</sup>	,352	,530 <sup>**</sup>	1	,477 <sup>**</sup>	,643 <sup>**</sup>	,528 <sup>**</sup>	,486 <sup>**</sup>	,448 <sup>**</sup>	,680 <sup>**</sup>	,257	,546 <sup>**</sup>	,762 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,009	,057	,003		,008	,000	,003	,007	,013	,000	,170	,002	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ26	Pearson Correlation	,712**	,388	,138	,883**	,861**	,636**	,576**	,477**	1	,325	,503**	,671**	,448*	,780**	,368	,368	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,034	,468	,000	,000	,000	,001	,008		,080	,005	,000	,013	,000	,046	,046	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ27	Pearson Correlation	,377**	,787**	,783**	,514**	,477**	,478**	,544**	,643**	,325	1	,558**	,456*	,706**	,584**	,305	,644**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,040	,000	,000	,004	,008	,008	,002	,000	,080		,001	,011	,000	,001	,101	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ28	Pearson Correlation	,419*	,344	,498**	,555**	,535**	,523**	,585**	,528**	,503**	,558**	1	,721**	,737**	,747**	,427*	,637**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,021	,063	,005	,001	,002	,003	,001	,003	,005	,001		,000	,000	,000	,018	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ29	Pearson Correlation	,454*	,458*	,305	,647**	,819**	,565**	,477**	,486**	,671**	,456*	,721**	1	,655**	,701**	,463**	,550**	,724**
	Sig. (2-tailed)	,012	,011	,101	,000	,000	,001	,008	,007	,000	,011	,000		,000	,000	,010	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ30	Pearson Correlation	,475**	,592**	,650**	,604**	,590**	,699**	,636**	,448*	,448*	,706**	,737**	,655**	1	,654**	,412*	,822**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,000	,000	,001	,000	,000	,013	,013	,000	,000	,000		,000	,024	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ31	Pearson Correlation	,699**	,517**	,529**	,856**	,734**	,604**	,764**	,680**	,780**	,584**	,747**	,701**	,654**	1	,382*	,621**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,037	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ32	Pearson Correlation	,309	,327	,193	,385*	,439*	,596**	,423*	,257	,368*	,305	,427*	,463**	,412*	,382*	1	,347	,503**
	Sig. (2-tailed)	,097	,078	,306	,036	,015	,001	,020	,170	,046	,101	,018	,010	,024	,037		,060	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ33	Pearson Correlation	,472**	,577**	,720**	,516**	,485**	,596**	,640**	,546**	,368*	,644**	,637**	,550**	,822**	,621**	,347	1	,775**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,000	,004	,007	,001	,000	,002	,046	,000	,000	,002	,000	,000	,060		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IBSQ	Pearson Correlation	,769**	,753**	,728**	,849**	,756**	,768**	,811**	,762**	,723**	,735**	,740**	,724**	,807**	,871**	,503**	,775**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,005	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

B. Variabel *Customer Intimacy*

		Correlations									
		CI1	CI2	CI3	CI4	CI5	CI6	CI7	CI8	CI9	Customer Intimacy
CI1	Pearson Correlation	1	,882**	,727**	,752**	,651**	,650**	,856**	,551**	,832**	,882**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI2	Pearson Correlation	,882**	1	,793**	,768**	,732**	,671**	,775**	,681**	,841**	,932**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI3	Pearson Correlation	,727**	,793**	1	,681**	,433**	,566**	,689**	,732**	,682**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,017	,001	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI4	Pearson Correlation	,752**	,768**	,681**	1	,748**	,629**	,664**	,690**	,627**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI5	Pearson Correlation	,651**	,732**	,433**	,748**	1	,721**	,617**	,628**	,547**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,017	,000		,000	,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI6	Pearson Correlation	,650**	,671**	,566**	,629**	,721**	1	,733**	,562**	,519**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,001	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI7	Pearson Correlation	,856**	,775**	,689**	,664**	,617**	,733**	1	,454*	,778**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,012	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI8	Pearson Correlation	,551**	,681**	,732**	,690**	,628**	,562**	,454*	1	,590**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	,001	,012		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CI9	Pearson Correlation	,832**	,841**	,682**	,627**	,547**	,519**	,778**	,590**	1	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	,003	,000	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CUstomer _Intimaci	Pearson Correlation	,882**	,932**	,840**	,872**	,802**	,801**	,829**	,809**	,796**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



### C. Variabel Citra Merek Islam

		Correlations							
		CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	CM6	CM7	Citra_Merek_Islam
CM1	Pearson Correlation	1	,728**	,595**	,433*	,409*	,349	,284	,657**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,017	,025	,059	,128	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
CM2	Pearson Correlation	,728**	1	,544**	,408*	,405*	,330	,325	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,025	,026	,075	,080	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
CM3	Pearson Correlation	,595**	,544**	1	,647**	,724**	,698**	,650**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
CM4	Pearson Correlation	,433*	,408*	,647**	1	,695**	,884**	,789**	,892**
	Sig. (2-tailed)	,017	,025	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
CM5	Pearson Correlation	,409*	,405*	,724**	,695**	1	,776**	,657**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,025	,026	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
CM6	Pearson Correlation	,349	,330	,698**	,884**	,776**	1	,805**	,888**
	Sig. (2-tailed)	,059	,075	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
CM7	Pearson Correlation	,284	,325	,650**	,789**	,657**	,805**	1	,782**
	Sig. (2-tailed)	,128	,080	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Citra_Merek_Islam	Pearson Correlation	,657**	,668**	,823**	,892**	,828**	,888**	,782**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### D. Variabel Loyalitas

		Correlations							
		L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	Loyalitas
L1	Pearson Correlation	1	,770**	,646**	,732**	,854**	,176	-,117	,886**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,352	,539	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L2	Pearson Correlation	,770**	1	,830**	,684**	,717**	,254	-,117	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,175	,538	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L3	Pearson Correlation	,646**	,830**	1	,661**	,611**	,219	,031	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,246	,871	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L4	Pearson Correlation	,732**	,684**	,661**	1	,723**	,039	,055	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,839	,773	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L5	Pearson Correlation	,854**	,717**	,611**	,723**	1	,127	-,127	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,504	,503	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L6	Pearson Correlation	,176	,254	,219	,039	,127	1	-,266	,286
	Sig. (2-tailed)	,352	,175	,246	,839	,504		,156	,125
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
L7	Pearson Correlation	-,117	-,117	,031	,055	-,127	-,266	1	,047
	Sig. (2-tailed)	,539	,538	,871	,773	,503	,156		,804
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Loyalitas	Pearson Correlation	,886**	,888**	,853**	,855**	,858**	,286	,047	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,125	,804	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## LAMPIRAN 4

### UJI RELIABILITAS

#### 1. Variabel ISBQ

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	68,2
	Excluded <sup>a</sup>	14	31,8
	Total	44	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,971	32

#### 2. Variabel *Customer Intimacy*

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	44	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,826	9

#### 3. Variabel Citra Merek Islam

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	44	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	7

#### 4. Variabel loyalitas

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	68,2
	Excluded <sup>a</sup>	14	31,8
	Total	44	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,949	7

## LAMPIRAN 5

### STATISTIK DESKRIPTIF RESPONDEN

#### GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	40	40,0	40,0	40,0
	perempuan	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	3	3,0	3,0	3,0
	20	36	36,0	36,0	39,0
	21	38	38,0	38,0	77,0
	22	20	20,0	20,0	97,0
	23	2	2,0	2,0	99,0
	24	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tabunganku BRISyariah iB	68	68,0	68,0	68,0
	Tabungan Faedah BRISyariah iB	31	31,0	31,0	99,0
	Tabungan Impian BRISyariah iB	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

## LAMPIRAN 6

### STATISTIK JAWABAN RESPONDEN

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean
IBSQ1	100	2	5	412	4,12
IBSQ2	100	2	5	389	3,89
IBSQ3	100	2	5	374	3,74
IBSQ4	100	3	5	410	4,10
IBSQ5	100	3	5	393	3,93
IBSQ6	100	3	5	393	3,93
IBSQ7	100	2	5	376	3,76
IBSQ9	100	2	5	409	4,09
IBSQ10	100	2	5	408	4,08
IBSQ11	100	2	5	376	3,76
IBSQ12	100	2	5	388	3,88
IBSQ13	100	1	5	361	3,61
IBSQ14	100	2	5	408	4,08
IBSQ15	100	2	5	402	4,02
IBSQ16	100	2	5	417	4,17
IBSQ17	100	3	5	419	4,19
IBSQ18	100	2	5	384	3,84
IBSQ19	100	2	5	400	4,00
IBSQ20	100	2	5	395	3,95
IBSQ21	100	2	5	416	4,16
IBSQ22	100	2	5	406	4,06
IBSQ23	100	2	5	403	4,03
IBSQ24	100	2	5	390	3,90
IBSQ25	100	2	5	417	4,17
IBSQ26	100	2	5	388	3,88
IBSQ27	100	1	5	372	3,72
IBSQ28	100	2	5	418	4,18
IBSQ29	100	2	5	386	3,86
IBSQ30	100	3	5	410	4,10
IBSQ31	100	2	5	402	4,02
IBSQ32	100	2	5	394	3,94
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 20, 2018

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean
CI1	100	1	5	406	4,06
CI2	100	1	5	388	3,88
CI3	100	1	5	370	3,70
CI4	100	2	5	389	3,89
CI5	100	2	5	408	4,08
CI6	100	2	5	402	4,02
CI7	100	1	5	316	3,16
CI8	100	1	5	370	3,70
CI9	100	1	5	326	3,26
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 20, 2018

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean
CM1	100	1	5	398	3,98
CM2	100	1	5	389	3,89
CM3	100	1	5	379	3,79
CM4	100	2	5	404	4,04
CM5	100	2	5	410	4,10
CM6	100	2	5	400	4,00
CM7	100	1	5	396	3,96
Valid N (listwise)	100				

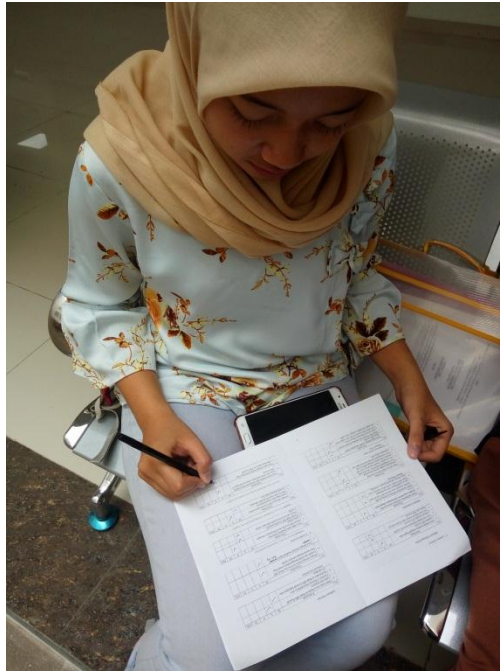
Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 20, 2018

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean
L1	100	1	5	349	3,49
L2	100	2	5	393	3,93
L3	100	2	5	390	3,90
L4	100	2	5	383	3,83
L5	100	1	5	358	3,58
L6	100	2	5	374	3,74
L7	100	3	5	396	3,96
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 20, 2018

## LAMPIRAN 7

### DOKUMENTASI



## LAMPIRAN 8

### CURRICULUM VITAE



#### Data Pribadi

Nama : Wafirrotullaela

Tempat Tanggal Lahir : Semarang, 24 Juni 1997

Alamat : Ampelgading, Kec. Bandungan, Kab. Semarang, Jawa Tengah

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Telepon : 0895377596691

Email : wafirrotullaelalala@gmail.com

#### Pendidikan Formal :

Tahun	Institusi
2015 - sekarang	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2012 - 2015	MAN Salatiga
2009 - 2012	MTs AL-MANAR
2003 - 2009	SDN Kenteng 01
2002 - 2003	TK Dharma Wanita